

技术 + 文化：做强电影产业新思路

摘要：技术是产业融合的驱动力。新媒体技术的发展使技术和文化融合发展成为一种趋势。电影产业作为一种文化产业，与新媒体技术融合发展才是其未来发展和壮大的新思路。融合技术和文化发展电影产业，不仅能为电影产业发展带来新的理念，更能带给用户全新的视听享受。

关键词：新媒体技术；文化；融合；电影产业

中图分类号：J91

文章编号：1671-0134 (2018) 12-107-03

文献标识码：A

DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.12.046

文 / 张孟军 张玮

新媒体技术的快速发展带来文化产业发展的巨大变化。作为一种文化产业，电影产业自然也不例外。在新媒体技术的推动下，电影产业正在发生深刻的变革。近几年，电影产业加快了同技术产业的融合，不但催生了全新的电影形式——微电影，而且形成了全新的电影产业链。李克强总理在今年的政府报告中指出：“做大做强新兴产业集群，实施大数据发展行动，加强新一代人工智能研发应用，在医疗、养老、教育、文化、体育等多领域推进‘互联网+’。”^[1] 这为“技术+文化”思维做强电影产业提供了政策依据。那么，该如何通过“技术+文化”思维做强电影产业呢？笔者从观念、思路和注意事项谈点自己的看法。

1. “技术 + 文化”融合思维能为电影产业插上翅膀

作为文化产业的一部分，电影产业的本质就是电影文化与产业的融合。文化作为国家和民族特有的智慧结晶，不仅能够增强民族的凝聚力，更可以成为社会发展的动力，对国家和民族的发展具有重要的精神作用。当今世界，国家的竞争更加注重软实力的竞争，可见文化在当今世界中的重用力量。习近平总书记在十九大报告中指出：“没有高度的文化自信，没有文化的繁荣兴盛，就没有中华民族伟大复兴。”“文化自信是更基本、更深沉、更持久的力量。”^[2] 电影传播对文化有深刻的影响，这让电影产业更加受到重视。

电影产业发展离不开时代发展和技术进步。纵观电影产业的发展历程，电影产生与发展的每一个阶段都与电影技术的进步息息相关。首先，电影的诞生离不开技术的进步与发展。从Daguer的照相技术到Edison Photography，从雷诺的光学胶片机到Lumiere Brothers电影机，都是科学技术的产物。此外，社会的每次技术革新都会对电影产业产生巨大影响。比如，录音和立体声

技术对电影声音的影响，摄影技术对电影色彩的影响等。在当今世界，新媒体技术正在推动电影产业不断升级换代。

新媒体技术的发展不但为文化产业的发展和繁荣提供了强有力的技术支持，而且为电影产业的发展插上了翅膀。以数字为核心的新媒体技术贯穿于整个电影产业生产的全过程，提高了电影的制作手段。它还为电影传播提供了更广阔的平台，促进了电影产业和技术的融合和渗透。因此，当今的电影产业需要用“技术+文化”的融合思维使其越来越强大。

2. 要善用“技术 + 文化”思维拓展做强电影产业方法

“技术+文化”思维要求打破不同行业的壁垒，深刻认识科学技术和文化产业各自特点，以新媒体技术为驱动力，文化发展为核心，善用融合思维，找准具体方法，才能做强电影产业。

2.1 做强电影产业要善用“技术”拓展创意思维

电影作为一种传播媒介，就要满足用户的需求，在策划创作时要时时考虑他们的需求。那么，如何寻找用户需求呢？以往都是通过预测或者是调查进行电影创意策划。新媒体技术的发展，大数据走进了大众的生活，大数据通过数据挖掘和分析用户，能够实现用户定制化需求。电影产业可以充分利用大数据进行创意策划，通过采集、存储、管理、分析海量信息，从而提高决策能力。比如，要拍出深受用户喜欢的电影，深挖用户需求，分析用户的行为，然后锁定用户，创作用户喜欢的剧本。在电影产业方面，利用大数据投拍电影，进行项目决策，选择主创团队，指导宣传发行，已经成为影视行业探索的新模式。

2.2 做强电影产业要善用“技术”拓展传播空间

新媒体技术出现以后，电影的播出平台发生了天翻

地覆的变化,人们不再把电影院作为观影的唯一平台。电影产业可以借助新媒体技术拓展传播空间,电影除了电影院、电视等传统媒体平台外,出现了深受年轻人喜欢的新媒体平台。这个平台在时间上具有随意性、碎片化,省去了去电影院的交通费,满足了某些青少年的需求。新媒体平台的出现,使电影传播不再把电影院作为唯一的平台。新媒体播放平台出现使电影制作不得不考虑不同平台的播放要求。此外,电影营销也不能再停留于传统营销方式,要善于利用新媒体技术分析不同平台的用户需求,最大程度满足用户。高科技含量的电影票,利用微信进行抽奖,通过微信与演员进行互动等方式提升用户与电影的黏合,是新媒体技术下电影营销的最佳方式。电影产业唯有和技术融合才能使投资获得最大效益。

2.3 做强电影产业要善用“技术”拓展用户体验

胶片和摄像用的磁带将被取代,胶片已不再是电影的特征。电影产业要获得用户的青睐,使用新媒体技术提高用户的视听享受是必不可少的。新媒体技术为电影视听制作提供了新的途径和理念,增强了电影的表现效果,赢得了用户的青睐。将新技术制作的动画应用于电影,实现了视听的真实性、多维性以及立体性表达效果,有效促进电影的传播效果。比如,人们十分熟悉的《十面埋伏》《让子弹飞》等影片的制作就较好地应用了数字技术,数字技术的使用使影片中的视觉表现更加细致化、立体化。人物的踏竹而行、物体的动态捕捉、音乐的轻重缓急以及转变衔接等,给人虚幻而又真实的享受。^[3]这正是传统电影制作想要达到而一直无法实现的效果。电影是以艺术体验来吸引用户的,除了在视听上下功夫外,还要在感知上下功夫。

2.4 做强电影产业要善用“技术”拓展电影产业链

传统的电影产业主要靠票房拉动行业增长。随着新媒体技术的发展,作为精神文化产品的电影,票房不再是唯一的考量标准。新媒体技术不仅能将新媒体小说、漫画等拍成电影,也可以通过电影延伸开发与电影相关的游戏、玩具、文具、日常用品,经营类似迪士尼乐园、好莱坞环球影城的主题乐园等,从各方面开发电影的潜在价值,在全球范围内形成规模效应,打造品牌。在美国,电影产业通过开发电影的衍生品,拓展产业链,进入人们的日常生活。在中国,目前,对电影衍生品的开发与宣传还不够,未能形成完整的产业链。^[4]新媒体时代,电影产业发展既需要赢得票房,更需要电影的衍生品拓展产业链,形成规模效应。

3. “技术+文化”融合思维做强电影产业并非易事

电影的产生与发展本身就离不开技术的发展,尤其在新媒体技术时代,技术更是电影产业的重要支撑。新

媒体技术与电影融合发展是电影产业发展的驱动力,但需要注意:用“技术+文化”思维做强电影产业并非一蹴而就。所以,在用“技术+文化”融合思维做强电影产业的过程中需要在下面几个方面做点文章。

“科技+文化”做强电影产业要有融合观念。既然“科技+文化”融合对电影产业发展至关重要,做强电影产业就要时时刻刻想到如何把科学技术和电影产业融合在一起。没有这样的观念是做不好电影产业的。“科技+文化”做强电影产业也不是科技产业和文化产业简单相加,而是 $1+1>2$ 。如果两者你还是你,我还是我,只是并排放在了一起,就不是真正的融合。两者融合是将技术真正融合到电影产业的创意、制作和销售等各个环节,使两者你中有我,我中有你,产生 $1+1>2$ 的效果。做强电影产业要求我们必须具有融合思维观念,深刻认识和理解新媒体技术,运用融合思维谋划和推进电影产业的各项工作,不能纯粹为“融合”而“融合”。美国电影通过新媒体技术将电影与游戏、加工业等结合在一起,形成一个完整的自上而下产业链,不仅给用户提供了全新的视觉和听觉享受,还创造了许多电影附属产品,推动了整个电影产业发展。

“科技+文化”做强电影产业要循序渐进。新媒体技术不断创新让更多电影可以借助科技的力量腾飞,使电影融入了新媒体技术元素,给用户带来全新试听享受,推动电影产业不断发展。可以说,电影与科技融合是电影产业创新驱动发展的动力。电影从源头上讲就是科学技术的产物,科学技术的发展推动着电影产业不断发展。但是,科学技术的发展日新月异,要想通过“科技+文化”做强电影产业,不可能一步到位。科学技术的进步,自然会催生电影产业深刻革命,这也说明,“科技+文化”做强电影产业不可能一蹴而就,而是循序渐进。

“科技+文化”做强电影产业要培养融合人才。电影和技术的融合是文化与科技的融合,是一种跨业态的融合。艺术和技术人才的融合,才能成为电影产业发展更重要的一个助推器。高端复合型电影技术人才是新媒体时代电影产业发展的决定因素。这样的人才集多种才能于一身,具有全球文化视野,又具有深厚的新媒体技术。然而,我国的电影产业恰恰非常缺少这样的人才。若要使用高新技术推动或者改变中国电影的现状,唯有通过培养复合型的电影人才才能解决。过去,电影人才的培养多是从艺术的角度考虑从业人员;今天,对于中国电影产业来说,不断地培养艺术和技术的复合型人才,发挥创新力,才能真正创造出经典且具有时代特色的电影作品。

“科技+文化”做强电影产业要保护知识产权。电

影产业的创意、制作和传播等环节无不凝结着电影工作者的心血。在电影产业的各个环节和衍生品的开放和利用上都涉及到版权保护，如果没有版权保护的良好环境，自然会打击电影及其衍生品生产的积极性，电影产业要想做强是非常困难的事情。要促进电影产业健康发展，使电影产业和新媒体技术有效融合，就要通过法律手段保护电影产业版权，打击盗版等侵权行为。

结语

用“科技+文化”思维做大做强电影产业是大势所趋，是时代发展的使命。科技的发展促使电影产业不断创新，给电影产业插上了飞翔的翅膀。只有“科技+文化”的融合思维才能做强电影产业。无论在电影制作发行、与用户互动上，还是在电影产业链的构建上都要深下功夫。新技术的发展日新月异，“科技+文化”思维做大电影产业并非易事，“科技+文化”中的科技与文化不是简单的相加，加之融合人才的缺乏，以及电影版权的保护

难度，注定“科技+文化”做强电影产业并非一帆风顺，要在不断探索中循序渐进。[\[1\]](#)

参考文献

- [1] 李克强. 李克强作的政府工作报告（摘登）[N]. 人民日报，2018-3-06（02）.
- [2] 习近平. 决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利 [N]. 人民日报，2017-10-28（1）.
- [3] 许文君. 简述新媒体技术对电影制作阶段的影响 [J]. 西部广播电视，2018（4）：102-103.
- [4] 俞佳辰. 从中美电影产业比较看中国文化产业发展趋势 [J]. 文教资料，2016（12）：61-62.

（作者单位：河北传媒学院）

（上接第72页）

万里”。作为数字化时代的广播电视主持人，我们还应该主动适应互联网的发展，学会利用互联网来丰富节目内容、节目形态，提升节目影响。比如，可以通过建立微博、微信公众号等建立自己的受众群，提高互联网意识，打破传统的思维模式，立足受众的角度，利用网络做好宣传工作，做好在网络时代背景下党的方针政策和受众需求的有机衔接，做一个立足广播电视岗位的全媒体人才。

结语

互联网极大地方便了我们的生活，作用着社会发展的进程。它史无前例地影响着信息的传播。面对互联网时代，作为广播电视等传统媒体的工作者，我们应该主动适应这种快节奏的冲击和影响，要坚持信息传播的正向趋势，保持信息传播的客观公正，提升社会公信力的传播的权威性，同时，要积极根据互联网时代的受众需

求优化我们自身的知识结构、更新自我的思维模式、丰富主持节目的表现形态，扎根生活、深入群众，形成有影响的主持品牌，从而在激烈的网络竞争中始终立于不败之地。[\[1\]](#)

参考文献

- [1] 罗娟. 新媒体语境下广播电视主持人的“匠心” [J]. 科技传播，2018，10（19）：43.
- [2] 吕袖旗. 广播电视播音主持人的语言交际与情感表达探讨 [J]. 传播力研究，2018，2（11）：136.

（作者单位：山西省阳泉市平定县广播电视台）